

获882亿港元融资支持 新世界发展债务困局迎转机

中经记者 陈婷 赵毅 深圳报道

自发生近20年来首次亏损后，香港老牌房企新世界发展(0017.HK)的财务境况持续牵动市场神经。

近期，新世界发展公告与有

关银行债权人签订了新的再融资定期贷款融资协议(以下简称“新银行融资”)，对公司部分现有境外无抵押金融债务进行了再融资，并且协调了公司其他境外无抵押银行贷款，以与新银行融资的条款保证统一。协议共涵盖新

世界发展约882亿港元债务。新银行融资包括多笔不同期限的银行贷款，其中最早到期日为2028年6月30日。

至此，上述融资为新世界发展赢得了至少三年的宝贵喘息之机。

今年5月底，新世界发展宣

布四只永续债延期付息，引发市场对其流动性的担忧，公司股价一度下跌超10%。6月23日，新世界发展就市场上有关公司现有贷款再融资的传闻及猜测回应称，仍在与债权人进行积极磋商。直至此次再融资事项落定，

新世界发展股价短暂回升。

近一年来，新世界发展业绩、财务双重承压，公司几经人事变动，频繁被传出售资产。新世界发展执行董事兼行政总裁黄少媚公开表示，新世界发展目前的财务管理策略专注于减低负债及改

善现金流。

对于公司后续降债措施及下半年销售计划，《中国经营报》记者联系采访新世界发展方面，相关负责人表示，有关信息均已发布于公司官网，暂无其他更多信息补充。

处置资产降负债

新世界发展方面表示，公司一直在监控其持续遵守财务契约要求的情况，并将持续积极安排销售和预售活动，执行资产处置计划。

“十年来，我常被新世界充满韧性的精神力量所感动，尤其在出任新世界发展行政总裁这7个月的时间里，我时刻在这巨大力量的鞭策与鼓励中前行。”6月25日，新世界发展官微发布一篇总裁寄语，黄少媚在文中多次强调“韧性”一词对这家老牌房企的重要意义。

自2024年下半年以来，新世界发展先后经历近20年首亏、位于香港尖沙咀的商场K11 Art Mall被传出售、三个月内两度换帅等，直至其今年5月宣布延期支付四笔永续债利息，公司面临的财务压力被撕开一角。

6月30日晚间，新世界发展公告达成882亿港元融资协议，将其从债务违约边缘拉回。这笔巨额融资覆盖了公司近三年即将到期的银行贷款，为其提供了更大的灵活性，有助于公司更好地管理其预期持续的业务及财务需求。黄少媚在公司新闻稿中表示：“这反映银行对新世界发展业务营运的信心。公司将继续贯彻执行财务管理措施，并履行现有财务责任。”

财报显示，截至2024年年末，新世界发展综合债务净额约1246.3

亿港元，较2023年年末增加约57亿港元，净负债比率从2023年年末的49.9%增至57.5%。其中，一年内到期的债务约322.09亿港元。截至2024年年末，公司可动用资金约340亿港元，包括现金及银行存款约220亿港元及可动用的银行贷款约120亿港元。

近年间，新世界发展的债务规模迅速膨胀，其2018财年净负债比率还不到30%，彼时债务净额约748.6亿港元。2020财年，公司净负债比率突破40%，当年债务净额约1164.6亿港元。

也就在2020年5月，新世界发展董事会主席郑家纯长子郑志刚上任新世界发展执行副主席兼行政总裁，掌管公司物业发展和投资项目的策略性方向。在外界眼中，郑志刚是香港郑氏家族第三代接班人，在其任期内，新世界发展在内地及香港房地产市场大幅扩张。

2024年9月，郑志刚提出辞任新世界发展行政总裁，调任为公司非执行董事及非执行副主席，公司原首席营运总监马绍祥接任行政总裁。三个月后，马绍祥辞任，黄少媚获委任为新世界发展行政总裁，全

面负责公司在香港与内地的业务。2025年6月30日，郑志刚辞任公司非执行董事及非执行副主席，自2025年7月1日起生效，以便投放更多时间于公共服务及其他个人事务。至此，郑志刚彻底退出新世界发展管理层。

自接任新世界发展行政总裁以来，黄少媚开启了大刀阔斧的改革。2025年2月，黄少媚在其首次主持的业绩会上表示，公司以减低负债为首要任务，将全力推行“七招减债”策略，包括积极出售发展项目、积极出售非核心资产等。财报显示，截至2024年12月31日，公司短期债务及总债务较2024年6月30日分别减少94亿港元、51亿港元。

新世界发展方面表示，公司一直在监控其持续遵守财务契约要求的情况，并将持续积极安排销售和预售活动，执行资产处置计划。

值得注意的是，此次822亿港元再融资协议达成后，市场随即传出新世界发展拟分批出售其在内地的房地产资产，涉及杭州、深圳及上海K11大楼等地标。对此，记者联系新世界发展方面进行求证核实，但未获得相关回应。

加快销售回笼资金

随着宏观经济的发展以及政策利好的释放，香港及内地房地产市场总体稳中向好，尤其是高端住宅市场及改善型市场获得持续热度攀升。

事实上，自2019年下半年以来，新世界发展一直在积极出售非核心资产，作为其去杠杆化策略的一部分。2024年，公司多次出售旗下资产，当年6月，新世界发展出售天得发展有限公司30%股权，作价约14.41亿元；2024年9月，新世界发展以总价约6000万港元出售5家主要运营管理K11品牌物业及其他相关业务的公司；2024年11月，新世界发展出售NEW WORLD SPORTS DEVELOPMENT LIMITED全部股权及转让相关待售贷款，代价约为4.17亿港元，该交易涉及的资产为香港启德体育园。

根据公司管理层截至2024年年末的预测，新世界发展预期2025财年(2024年7月1日至2025年6月30日)来自物业发展项目的预计合约销售和出售非核心资产将达至约260亿港元。新世界发展方面称，截至2025年6月25日，公司完成2025财年260亿港元合约销售目标。

新世界发展主要从事物业开发、物业投资及酒店和其他策略性业务的投资及营运，其中，

物业开发业务是公司目前最大的收入来源。眼下，新世界发展在内地的销售表现成为其财务自救的关键支柱。

公告显示，新世界发展2025上半年财年(截至2024年12月31日的6个月内)收入约167.89亿港元，核心经营溢利为44.16亿港元。报告期内，公司持续经营业务亏损约57亿港元，2023年同期盈利约15.43亿港元；股东应占亏损约66.33亿港元，2023年同期股东应占溢利5.02亿港元。

2024年下半年，新世界发展的物业发展收入为83.7亿港元，其中，内地物业发展收入66.4亿港元。报告期内，内地整体物业合同销售金额为人民币75亿元，合约销售面积约32万平方米，均价超过每平方米人民币2.36万元。分地区来看，南部地区(即粤港澳大湾区)的贡献最大，销售额占比接近60%，主要来自广州的5个项目。截至2024年12月31日，新世界发展在内地未入账的合约销售总收入约83亿元，将于2025下半年财年及2026财年入账。

报告期内，新世界发展内地

项目竣工总楼面面积约78.4万平方米，主要位于大湾区，预计2025财年内地项目竣工量将达到88.4万平方米。与此同时，公司在内地物业投资收入达9.44亿港元，主要项目的整体出租率表现稳健。

截至2024年12月31日，新世界发展在内地持有土地储备总楼面面积(不包括车库)约299万平方米可即时开发，其中约174万平方米为住宅用途。公司核心物业开发项目主要分布于广州、深圳、佛山、武汉、上海、杭州、北京及沈阳等城市，核心项目总楼面面积约246万平方米，其中住宅项目约128万平方米。

新世界发展方面表示，随着宏观经济的发展以及政策利好的释放，香港及内地房地产市场总体稳中向好，尤其是高端住宅市场及改善型市场获得持续热度攀升。公司旗下沈阳悦景·新世界项目自2025年以来势头向好，今年5月销售额位列沈阳商品住宅销售金额榜首。位于广州耀胜新世界广场内的高级住宅项目新世界耀胜尊府、K11 Select商场及甲级写字楼亦已开始全面交付。

近2000家企业集结 广州建博会展现科技与环保理念

中经记者 陈靖斌 广州报道

7月8日，备受业界瞩目的第27届中国(广州)国际建筑装饰博览会(以下简称“建博会”)启幕，吸引了近2000家企业参展。

《中国经营报》记者在现场注意到，今年的建博会不仅展品更具科技感，参展商与采购商的年龄结构也明显年轻化。从展台设计到产品理念，许多品牌都在向年轻消费群体靠拢。其中，AI智能家居成为关注焦点，全屋智能系统、智能门

锁、智慧照明等产品吸引了大量观众驻足体验。

“这个智能门锁到底智能在哪里?”在智能锁的展位前，参观者不断发问，现场互动热烈。而在另一侧，主打“沉浸式美学空间”的展位也吸引了众多目光。“我们今年以招商为主，展示的空间设计专为一家人三口量身打造，希望能传递更有温度的家居理念。”索菲亚品牌相关负责人向记者介绍说。

与此同时，第五届智能电器应用场景开发大赛也在展

“沉浸式体验+智能升级”重塑新场景

正在广交会展馆举行的建博会上，多家头部家居企业不再满足于单一产品的陈列展示，而是通过构建沉浸式文化体验空间，探索家居消费“场景化”新趋势。

在米兰纳展厅，观众仿佛置身一个与现实生活无缝衔接的“理想之家”。米兰纳4.0整家空间以“移步换景”的设计手法，打造多个生活阶段的理想样本：明智中青年可以在N3·莫尔系列构建的清雅茶书空间中，享受一段静谧的阅读与品茗时光；新晋父母则可在L1·乐屿系列打造的亲子客厅中，感受陪伴成长的温情日常；而热衷效率与美学的年轻群体，则会被M1·乐美系列精致卧室的巧妙收纳与布局所吸引。

展厅整体风格涵盖中古、现代简约与原木奶油风等主流趋势，更融入“1平方米空间解决方案”理念，构建高效灵活的生活微场景，让参观者在真实动线中获得沉浸式体验。

“在这样的家庭空间中，安全是我们首先考虑的。”米兰纳事业部总经理刘东东现场向记者介绍，“你看这里的茶几、沙发、

图为建博会现场。 陈靖斌/摄影

“三大体系+六大通路”打造新生态

据记者了解，为更高效地服务行业发展与企业需求，建博会以“促进商业转化”为核心使命，正加速从单一展览平台向“全年运营、全链赋能、全渠道融合”的综合服务平台迈进。依托覆盖全产业链的资源整合优势，本届展会首次系统性提出“室内空间、门户外、材艺智造”三大生态体系，通过体系化布局，推动产业协同、跨界融合和可持续增长。

围绕行业核心渠道需求，本届展会重点锁定六大关键通路——经销商、设计师、装企、外贸、商业公装、新媒体，创新打造“三链三联”六大IP矩阵，配套实施“全年赋能”行动计划，从展前触达、展中撮合到展后转化，全面提升商贸对接效率和落地效能。

在国际化布局上，展会延续并升级CBDWorld-Connect“全球链接”计划与“领航出海”行动，通过国际传播、海外招商、跨境合作等多维度举措，协助企业打通海外市场路径，加快构建“国内国际双循环”发展格局。

此外，展会还将举办超70场高端论坛与主题活动，涵盖智能AI、绿色低碳、城市更新、设计美学、产业融合、出海战略等多个前沿领域，致力于将建博会打造为全球大家居建装产业的趋势发布中心与决策智库。

在参展内容与组织逻辑上，业内专家也给予高度评价。农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅在接受记者采访时表示，本届建博会在展区规划和产业链整合方面展现出显著的前瞻性与系统性。

“这次展会将内容划分为三大核心板块，尤其是以定制化和设计驱动的‘室内空间’板块，完整覆盖了智能家居、卫浴、照明、涂料、商业空间等多个关键品类。其价值不仅在于展示维度的多样性，更在于打通了各细分领域之间的连接点，提升了上下游之间的可视性与协同效率。”袁帅指出，“这种‘板块式’整合打破了过去产品孤立展示、资源分散的问题，为企业间的对话与

合作提供了更高效的平台。”

在“双碳”政策加速落地的背景下，绿色转型也成为本届展会的重要看点。壹通数字技术首席公关官罗富国指出，从本次建博会的展区设计和产品展示可以明显看出，建材家居行业正在围绕低碳、智能、可持续等方向重塑技术与战略路径。

“材料方面，越来越多企业开始探索可再生、可循环的新型环保材料；制造层面则加速推进节能减排和资源高效利用；而在智能化方面，装备自动化与数字控制系统正在快速落地。”他说，“这些变化在本届建博会尤其在智能家居与绿色建材两个板块中体现得尤为集中，反映出行业对政策趋势的高度敏感与积极响应。”

从产业生态的构建，到渠道运营的精细化，再到绿色转型的步履提速，建博会不仅是一场展览，更是一次全面释放家居建装产业价值与未来方向的高能级平台。